

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di perpustakaan milik pemerintah kota Malang yaitu, Perpustakaan Umum Kota Malang yang berlokasi di Jalan Besar Ijen No. 30A Klojen, Jawa Timur.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian Aplikasi Model. Penelitian aplikasi model bertalian dengan manajemen produksi dan operasi dengan memperhatikan data-data yang dikuantitatifkan (Reksohadiprodjo, 1995:65).

C. Variabel dan Definisi Operasional

1. *Tangible*, kemampuan perpustakaan untuk menunjukkan eksistensinya dengan menekankan pada bukti fisik yang dapat diraba keberadaannya.
2. *Reliability*, terdiri dari kemampuan unit pelayanan perpustakaan dalam menciptakan pelayanan yang dijanjikan dengan tepat dan cepat.
3. *Responsiveness*, kemauan untuk membantu konsumen, bertanggungjawab terhadap mutu layanan yang diberikan. Keinginan para pustakawan untuk membantu para pengunjung dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Competence*, tuntutan yang dimilikinya, pengetahuan dan ketrampilan yang baik oleh pustakawan dalam memberikan layanan.

5. *Courtesy*, sikap petugas atau perilaku ramah, bersahabat, tanggap terhadap keinginan pengunjung serta mau melakukan kontak atau hubungan pribadi.
6. *Credibility*, sikap jujur dalam setiap upaya untuk menarik kepercayaan masyarakat yang ditunjukkan oleh pustakawan. Kredibilitas mencakup nama perusahaan, karakteristik pribadi, *contact personel*, dan interaksi pelanggan.
7. *Security*, jasa pelayanan perpustakaan yang diberikan harus dijamin bebas dari berbagai bahaya dan resiko.
8. *Access*, terdapat kemudahan untuk mengadakan kontak dan pendekatan dengan perpustakaan.
9. *Communication*, memberikan informasi yang dapat dipahami pelanggan serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pengunjung. Termasuk didalamnya adalah penjelasan mengenai jasa atau layanan yang ditawarkan oleh perpustakaan.
10. *Understanding atau Knowing The Customer* meliputi melakukan usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan oleh pustakawan di perpustakaan.

D. Populasi dan Sampel

Identifikasi populasi merupakan langkah awal dalam penelitian yang bertujuan untuk mengetahui siapa saja yang menjadi responden. Setelah mengetahui siapa yang menjadi responden, maka perlu ditentukan jumlah responden yang akan mewakili populasi disebut sebagai sampel.

1. Populasi

Populasi (Sugiyono, 1997 : 57) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang menjadi kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah seluruh anggota perpustakaan yang memiliki Kartu Tanda Anggota (KTA) serta aktif meminjam dan menggunakan fasilitas di Perpustakaan Umum Kota Malang. Serta anggota Perpustakaan Universitas Negeri Malang yang aktif dan sering menggunakan fasilitasnya. Jumlah total seluruh anggota di Perpustakaan Umum Kota Malang pada tanggal 31 Maret 2016 berjumlah 76.278 orang, sedangkan jumlah yang aktif pada bulan Maret berjumlah ± 2940 orang.

2. Sampel

Sampel (Suharsimi Arikunto, 1998 :117) adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian populasi yang diambil sebagai sumber data dan dapat mewakili seluruh populasi. Pertimbangan jumlah dianggap sudah memenuhi syarat, berdasarkan Oscue dalam buku *Research Methods For Business* (1982) yang dikutip oleh Sugiyono(2010) sampek yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai 500 jumlah sampel. Dalam penelitian ini jumlah sampel ada 120 orang.

E. Teknik Pengambilan Sampel atau Data

Dalam pengambilan sampel, terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan. Teknik-teknik pengambilan sampel tersebut dikelompokkan menjadi *probability sampling* dan *non-probability sampling*. *Probability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang memberi kesempatan yang sama kepada semua anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. *Nonprobability sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang tidak memberi kesempatan sama bagi semua anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Anwar Sanusi, 2011).

Tahap pengumpulan data suatu penelitian memerlukan proses data sampling. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan *accidental Sampling*. Teknik ini ditunjukkan kepada setiap calon responden yang ditemui yang sedang mengunjungi perpustakaan dan yang dirasa sesuai dengan kebutuhan penelitian. Jumlah sampel adalah 120 responden dengan waktu penyebaran kuisioner 6 hari. 60 anggota aktif Perpustakaan Umum Kota Malang dan 60 anggota aktif Perpustakaan Universitas Negeri Malang.

F. Jenis dan Sumber Data

Salah satu pertimbangan dalam memilih masalah penelitian adalah ketersediaan sumber data. Penelitian kuantitatif lebih bersifat *explanation* (menerangkan, menjelaskan), karena itu bersifat *to learn about the people* (masyarakat objek), sedangkan penelitian kualitatif lebih bersifat *understanding* (memahami) terhadap fenomena atau gejala sosial, karena bersifat *to learn about the people* (masyarakat sebagai subyek).

Yang dimaksud sumber data dalam penelitian adalah subyek dari mana data dapat diperoleh.

1. Data Primer

Menurut Umar (2003 : 56), data primer merupakan data yang diperoleh langsung di lapangan oleh peneliti sebagai obyek penulisan. Data primer berasal dari kuesioner atau wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data primer yang akan digunakan adalah data kebutuhan pengunjung, data respon teknis dari pustawakan, serta data perbandingan dengan pesaing untuk membangun QFD dan HOQ.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2012:141) mendefinisikan data sekunder adalah sebagai berikut: “Sumber sekunder adalah sumber data yang diperoleh dengan cara membaca, mempelajari dan memahami melalui media lain yang bersumber dari literatur, buku-buku, serta dokumen perusahaan”. Data Sekunder dibutuhkan adalah data dari perpustakaan berkaitan dengan jumlah orang yang mengunjungi perpustakaan dan data aktif anggota perpustakaan.

G. Teknik Pengumpulan Data

1. Kuesioner

Ada banyak cara dalam teknik pengumpulan data, namun tidak semua perlu digunakan. Penggunaan teknik tersebut disesuaikan dengan jenis penelitian dan kebutuhan data dalam penelitian serta objek yang

akan diteliti. Salah satu yang dapat digunakan untuk mendapatkan data tentang kebutuhan konsumen dengan menggunakan kuesioner.

Pengertian metode angket menurut Arikunto (2006:151) “Angket adalah pernyataan tertulis yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden dalam arti laporan tentang pribadi atau hal-hal yang ia ketahui”. Sedangkan menurut Sugiyono (2008:199) “Angket atau kuesioner merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab”.

Kuesioner digunakan untuk mengumpulkan data dari responden, dimana peneliti membuat pertanyaan yang telah diatur sedemikian rupa untuk mengetahui layanan di perpustakaan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pengunjung. Kuesioner dalam penelitian ini disebarakan kepada anggota perpustakaan.

Data yang didapatkan adalah data tentang keinginan dan kebutuhan pengunjung yang berkaitan dengan 10 dimensi kualitas jasa, data respon teknis dari pustakawan, data perbandingan dengan pesaing yang dikaitkan dengan 10 dimensi kualitas jasa. Sehingga data yang dikumpulkan dapat digunakan dalam membuat HOQ dan mendapatkan hasil sesuai tujuan penelitian.

2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara lisan dalam pertemuan tatap muka secara individual. Pedoman wawancara yang digunakan dalam

penelitian ini menggunakan pedoman wawancara terstruktur dan terbuka.

Menurut Nana S. Sukmadinata dalam Sya'adilah Rosyadi (2012:34) merupakan salah satu bentuk teknik pengumpulan data yang banyak digunakan dalam penelitian deskriptif kuantitatif dan deskriptif kualitatif. Menurut Yus Agusya (2011: 28) teknik pengumpulan data dengan wawancara yaitu peneliti langsung menemui responden dan mengajukan tanya jawab. Tanya jawab ini nantinya akan didapat data yang diperlukan.

Data yang dikumpulkan dari wawancara berupa keluhan-keluhan pelanggan untuk membuat daftar *voice of customer*. Sehingga data tersebut dapat diolah dalam QFD untuk penentuan *Importance to Customer* hingga pembuatan HOQ.

3. Dokumentasi

Teknik ini adalah dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen perusahaan yang hasilnya adalah data-data sekunder yang dianggap berhubungan dan mendukung penelitian yang akan dilakukan. Sugiyono (2012:240), mengemukakan pendapatnya mengenai dokumen, dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang.

Data dokumentasi ini akan didapatkan dari perpustakaan umum kota malang. Data yang dibutuhkan adalah data jumlah anggota

perpustakaan, data jumlah anggota aktif dan data keluhan-keluhan pengunjung berdasarkan kotak saran online milik perpustakaan Umum Kota Malang, serta data jumlah buku yang ada.

H. Teknik Pengukuran Data

Skala merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat mengukur, karena diperoleh hasil ukur yang berbentuk angka-angka. Skala berbeda dengan tes, kalau tes ada jawaban salah atau benar, sedang skala tidak ada jawaban salah-benar, tetapi jawaban atau respon responden terletak dalam satu rentang (skala). Titik pada rentang yang dipilih menunjukkan posisi responden.

Skala likert menurut Sugiyono (2010:93) adalah Skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Untuk setiap pilihan jawaban diberi skor, maka responden harus menggambarkan, mendukung pernyataan. Untuk digunakan jawaban yang dipilih. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Tabel 3.1
Skala Penilaian

No.	Keterangan	Skor Positif	Skor Negatif
1.	Sangat Setuju	5	1
2.	Setuju	4	2
3.	Ragu-ragu	3	3
4.	Tidak Setuju	2	4
5..	Sangat Tidak setuju	1	5

(Sumber: Sugiono,2010)

Model skala deskriptif dari likert seringkali juga digunakan untuk mengetahui atau mengukur segi lain yang bukan sikap. Sejalan dengan aspek yang diukurnya, maka deskripsi responnya juga disesuaikan.

I. Pengujian Instrumen Pengumpulan Data

1. Uji Validitas

Penelitian dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan peneliti serta dapat mengungkapkan data-data yang diteliti secara tepat. Teknik yang digunakan untuk mengukur validitas adalah dengan menggunakan rumus korelasi (sugiyono,2012). Sedangkan (Sukadji, 2000) mengambil pengertian bahwa Validitas adalah derajat yang menyatakan suatu tes mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dapat dihitung dengan persamaan sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(N\sum X^2 - (\sum X)^2)(N\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Penjelasan terkait dengan rumus:

r = korelasi

XY = jumlah perkalian skor item dengan skor total

X^2 = jumlah skor kuadrat item

Y^2 = jumlah skor kuadrat item

N = jumlah sampel

Tolak ukur yang digunakan apabila angka korelasi (r) hitung dari r table pada taraf signifikan 5% (0,05) > 0,2542 maka pernyataan tersebut dinyatakan valid. Uji validitas akan menunjukkan apakah

instrumen yang digunakan betul-betul tepat untuk mengukur apa yang akan diukur di dalam penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Menurut (Sumadi Suryabrata, 2004: 28) reliabilitas menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran dengan alat tersebut dapat dipercaya. Hasil pengukuran harus reliabel dalam artian harus memiliki tingkat konsistensi dan kemantapan.

Pengujian ini menggunakan rumus *reliability analysis alpha cronbach*. Rumus tersebut menurut (sugiyono,2012) adalah sebagai berikut :

$$r = \left(\frac{K}{K-1} \right) \left(1 - \frac{\sum a_b^2}{o_t^2} \right)$$

r = reliabilitas keseluruhan item

K = banyaknya butiran pertanyaan

$\sum a_b^2$ = jumlah variasi item

Koefisien reliabilitas yang diperoleh dari pengujian validitas dikonsultasikan ke tabel kebutuhan pelanggan dengan taraf kepuasan 95%.Kriteria pengujiannya adalah apabila r hitung > r tabel, maka pernyataan dinyatakan *reliable*, dan sebaliknya apabila nilai r hitung < r tabel maka pernyataan dinyatakan tidak *reliable*.

Reliabilitas adalah ukuran yang menunjukkan bahwa alat ukur yang digunakan dalam penelitian berperilaku mempunyai keandalan sebagai alat ukur, diantaranya diukur melalui konsistensi hasil pengukuran dari waktu ke waktu jika fenomena yang diukur tidak berubah (Harrison, dalam Zulganef, 2006).

Uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrumen yang dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak oleh responden yang sama akan menghasilkan data yang konsisten. Dengan kata lain, reliabilitas instrumen mencirikan tingkat konsistensi.

J. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode QFD (*Quality Function Deployment*). Metode QFD membantu dalam menganalisis apa yang dibutuhkan oleh konsumen kemudian diterjemahkan dalam respon teknis yang digunakan oleh perusahaan untuk menjawab kebutuhan tersebut, dan disesuaikan dengan kemampuan dari setiap perusahaan untuk memaksimalkan sumberdaya yang dimiliki.

Bagian-bagian matriks kualitas selengkapnya adalah sebagai berikut.

1) *Voice of Customer (Whats)*

Ini merupakan bagian kiri-atas matriks yang berisikan customer requirements. Persyaratan ini akan dijawab dengan pertanyaan

“Permintaan apa yang harus dipenuhi, adakah beberapa keistimewaan yang pelanggan ingin dapatkan?”

2) *Technical Responses (Hows)*

Bagian ini berisi identifikasi karakteristik produk yang dapat diukur untuk memenuhi keinginan pelanggan (technical responses). Pemenuhan keinginan ini akan dijawab dengan pertanyaan “Bagaimana cara mempertemukan kebutuhan pelanggan tersebut dengan kebutuhan desain yang diperlukan?”

3) *Relationship Matrix*

Matriks ini menggambarkan persepsi tim QFD mengenai korelasi antara customer requirements dan technical responses.

4) *Planning Matrix (Whys)*

Matriks ini menggambarkan persepsi pelanggan yang diamati melalui survei pasar. Termasuk didalamnya adalah *importance and customer rating* berserta kinerja perusahaan dan pesaing.

5) *Technical Correlation*

Bagian ini merupakan bagian atas matriks yang mengidentifikasi apakah technical responses saling mendukung atau saling mengganggu di dalam desain produk.

6) *Technical Priorities, Benchmarking, dan Targets*

Bagian ini digunakan untuk mencatat prioritas yang ada pada matriks technical responses, mengukur kinerja teknik produk pesaing, dan tingkat kesulitan yang timbul dalam mengembangkan persyaratan.

Adapun tahap-tahap penelitian yang akan dilakukan sebagai berikut (Cohen,1995):

1. Tahapan Pengumpulan Suara

Tahapan pengumpulan dan pengolahan data dengan konsep QFD adalah bagian dengan menganalisis data hasil kuisioner dengan mengidentifikasi keinginan dan kebutuhannya adalah tahap awal dari *Quality Function Deployment* (QFD).

2. Membuat matriks perencanaan (*Planning Matrix*)

a. Tingkat kepentingan konsumen (*Importance to Customer*)

Penentuan tingkat kepentingan konsumen digunakan untuk mengetahui sejauh mana konsumen memberikan penilaian atau harapan dari kebutuhan konsumen yang ada.

$$\text{Tingkat Kepentingan} = \frac{\sum_{i=1}^N S_i \times i}{N}$$

Dimana:

i = Bobot Skala (1,2, ...5)

S_i = Jumlah responden yang memberi bobot

N = Jumlah responden

b. Pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa (*Customer Satisfaction Performance*)

Pengukuran tingkat kepuasan konsumen terhadap produk atau jasa dimaksudkan untuk mengukur bagaimana tingkat

kepuasan konsumen setelah pemakaian produk atau jasa yang akan dianalisa. Tingkat kepuasan dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Kepuasan} = \frac{\sum S_i \times i}{N}$$

Dimana:

i = Bobot Skala (1,2, ...5)

S_i = Jumlah responden yang memberi bobot

N = Jumlah responden

c. Nilai target (*Goal*)

Nilai target ini ditentukan oleh pihak perpustakaan yang menunjukkan nilai target yang akan dicapai untuk tiap kebutuhan konsumen.

d. Rasio perbaikan (*Improvement Ratio*)

Rasio perbaikan yaitu perbandingan antara nilai target yang akan dicapai (*goal*) pihak perpustakaan dengan tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa. Dihitung dengan rumus :

$$\text{Improvement Ratio (i)} = \frac{\text{Goal (i)}}{\text{Customer Satisfaction Performance (i)}}$$

e. Titik Kepuasan (*Sales Point*)

Sales Point merupakan besaran yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen. Sehingga nilai *Sales Point* pada masing-masing atribut

menunjukkan pengaruh masing-masing atribut tersebut terhadap kemampuan untuk memuaskan kepentingan .

Sales Point mempunyai nilai dari salah satu diantara tiga nilai berikut:

1 = Atribut tidak memiliki daya jual (daya jual rendah)

1.2 = Atribut memiliki daya jual sedang

1.5 = Atribut memiliki daya jual tinggi

f. *Raw Weight*

Raw Weight merupakan nilai keseluruhan dari data-data yang dimasukkan dalam *Planning matrix* tiap kebutuhan konsumen untuk proses perbaikan selanjutnya dalam pengembangan produk atau jasa .

Dihitung dengan rumus :

$$\text{Raw Weight} = (\text{Importance to Customer}) \times (\text{Improvement Ratio}) \times (\text{Sales Point})$$

g. *Normalized Raw Weight*

Merupakan nilai dari *Raw Weight* yang dibuat dalam skala antara 0 - 1 atau dibuat dalam bentuk persentase. Dihitung untuk mempermudah dalam menentukan presentase tiap kebutuhan untuk proses perbaikan. Dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$\text{Normalized Raw Weight} = \frac{\text{Raw Weight}}{\text{Total Raw Weight}}$$

3. Penyusunan kepentingan teknik atau respon teknis

Pada tahapan ini dilakukan transformasi dari keinginan yang bersifat non teknis menjadi data yang bersifat teknis guna memenuhi keinginan konsumen. Kepentingan teknik atau Respon teknis ini merupakan karakteristik desain sebagai tanggapan organisasi dalam menyikapi keinginan pelanggan, yang dapat dirumuskan dari berbagai sudut pandang.

4. Menentukan hubungan antara kebutuhan konsumen dengan respon teknis

Penentuan ini menunjukkan hubungan (*relationship matrix*) antara setiap kebutuhan konsumen dan respon teknis. Tujuan dari matriks ini adalah untuk memperlihatkan apakah respon teknis yang dilakukan organisasi dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Penentuan hubungan ini dapat dilakukan berdasarkan pengalaman para ahli, respon dari pelanggan atau uji coba terkendali. Jenis hubungan yang digunakan terdiri dari:

a. Hubungan Kuat (⊙)

Hubungan yang terjadi bila respon teknis berhubungan sangat erat atau sangat berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen. Dalam perhitungannya hubungan ini diberi nilai bobot 9.

b. Hubungan Sedang (○)

Hubungan yang terjadi bila respon teknis berhubungan erat atau berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan konsumen. Dalam perhitungannya hubungan sedang diberi bobot nilai 3.

c. Hubungan Lemah (△)

Hubungan yang terjadi bila respon teknis tidak terlalu mempengaruhi pemenuhan kebutuhan konsumen. Dalam perhitungannya hubungan lemah ini diberi bobot nilai 1.

5. Menghitung nilai bobot respon teknis

Perhitungan ini bertujuan untuk menentukan respon teknis mana yang diprioritaskan organisasi dalam memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumennya. Nilai bobot ini dibedakan menjadi dua yaitu *absolute importance* dan *relative importance*. *Absolute importance* adalah suatu indikasi yang menunjukkan keinginan pelanggan yang paling utama yang harus segera dipenuhi oleh organisasi dalam hubungannya dengan respon teknis. Perhitungannya dengan menggunakan rumus:

$$Absolute\ Importance = \sum (Importance\ to\ Customer \times Relationship\ Matrix)$$

Sedangkan *relative importance* merupakan nilai bobot dalam persen kumulatif yang dihitung dengan menggunakan rumus:

$$Relative\ Importance = \frac{Absolute\ Importance}{\sum Absolute\ Importance}$$

6. Menentukan korelasi teknis (*technical correlation*)

Tahapan ini menggambarkan hubungan dan ketergantungan antar respon teknis. Tetapi yang perlu diperhatikan adalah tidak seluruh respon teknis mempunyai hubungan satu persatu dengan respon teknis lainnya. Hubungan pada korelasi tersebut adalah:

a. Hubungan Kuat Positif (++)

Hubungan ini merupakan hubungan searah, yang terjadi apabila salah satu respon teknis mengalami peningkatan atau penurunan dan akan berpengaruh kuat pada peningkatan atau penurunan respon teknis lain yang terkait.

b. Hubungan Positif (+)

Hubungan ini terjadi apabila salah satu respon teknis mengalami peningkatan atau penurunan dan akan berpengaruh pada peningkatan atau penurunan respon teknis lain yang terkait. Hubungan ini juga merupakan hubungan searah.

c. Hubungan Negatif (-)

Hubungan ini terjadi pada kondisi berbanding terbalik, artinya apabila salah satu respon teknis mengalami peningkatan akan menyebabkan penurunan pada respon teknis lain yang terkait.

d. Hubungan Kuat Negatif (**xx**)

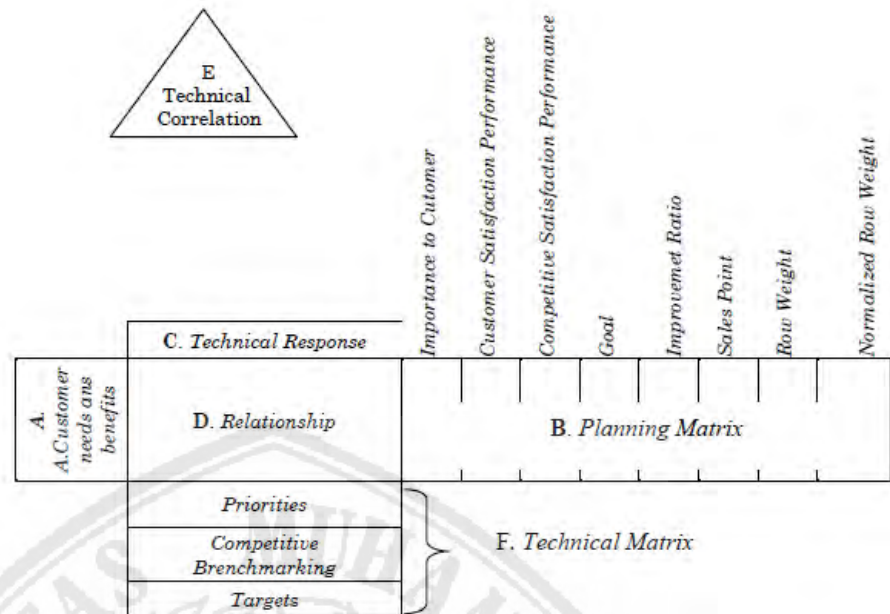
Hubungan ini terjadi pada kondisi yang sangat berbanding terbalik, artinya apabila salah satu respon teknis mengalami peningkatan akan berpengaruh kuat pada penurunan respon teknis lainnya.

7. Menentukan *Technical Matrix*

Penentuan *Technical Matrix*, diawali dengan penentuan prioritas yang akan dikembangkan lebih dulu berdasarkan kepentingan teknik:

$$\text{Contribution} = (\text{Numerical value} \times \text{Numerical Raw Weight})$$

Benchmarking digunakan untuk mengukur kinerja teknik produk pesaing, dan tingkat kesulitan yang timbul dalam mengembangkan persyaratan dengan kinerja dari perusahaan. *Target* didasarkan pada respon teknis yang sebaiknya didahulukan untuk diperbaiki berdasarkan nilai dari hasil gap *benchmarking*.



Sumber: Irene (2013)

Gambar 3.1 House of Quality